



Promocja instytucji w sieci. Kurs specjalisty ds. mediów społecznościowych - edycja V

Numer usługi 2024/08/06/9313/2253173

1 198,00 PLN brutto
1 198,00 PLN netto
66,56 PLN brutto/h
66,56 PLN netto/h

Fundacja Rozwoju
Demokracji Lokalnej
im. Jerzego
Regulskiego



- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym
- 📄 Usługa szkoleniowa
- 🕒 18 h
- 📅 05.09.2024 do 11.09.2024

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / PR
Grupa docelowa usługi	Pracownicy jednostek sektora publicznego, odpowiedzialni za prowadzenie kont w mediach społecznościowych, promocję i komunikację w instytucji, pracownicy instytucji i organizacji pozarządowych realizujących zadania publiczne.
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	04-09-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	18

Cel

Cel edukacyjny

Jak wykorzystywać funkcje poszczególnych serwisów? Jak skutecznie docierać do odbiorców i powiększać ich liczbę? Jak prowadzić atrakcyjny profil?

Podczas już V edycji proponowanego czterodniowego kursu uczestnicy nie tylko poznają najpopularniejsze media społecznościowe i ich funkcjonalności, ale nauczą się budować strategię obecności w nich, najważniejsze zagadnienia prawne i poznają możliwości komunikacji z odbiorcami. Zdobędą wiedzę z zakresu obecności w mediach społecznościowych

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<ul style="list-style-type: none"> Zapoznasz się z najpopularniejszymi mediami społecznościowymi (Facebook, X – dawniej Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, TikTok) i ich funkcjonalnościami. 	Brak	Debata swobodna
<ul style="list-style-type: none"> Poznasz najważniejsze trendy związane z komunikacją w social media. 	Brak	Debata swobodna
<ul style="list-style-type: none"> Nauczysz się, w jaki budować i realizować strategię obecności w social media, a także jak mierzyć zakładane cele. 	Brak	Debata swobodna
<ul style="list-style-type: none"> Poznasz mechanizmy, które wpływają na zasięgi postów, a także zaangażowanie odbiorców. 	Brak	Debata swobodna
<ul style="list-style-type: none"> Nauczysz się metod właściwej komunikacji w mediach społecznościowych i reagowania na sytuacje kryzysowe. 	Brak	Debata swobodna
<ul style="list-style-type: none"> Poznasz rolę, jaką ma stosowanie spójnej identyfikacji wizualnej i zapoznają się z dobrymi praktykami w tym obszarze. 	Brak	Debata swobodna
<ul style="list-style-type: none"> Zapoznasz się z prawnym aspektem prowadzenia profili w mediach społecznościowych. 	Brak	Debata swobodna
<ul style="list-style-type: none"> Zapoznasz się z prawnym aspektem prowadzenia profili w mediach społecznościowych. 	Brak	Debata swobodna

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

Kwalifikacje	Administracja i eksploatacja systemów komputerowych, urządzeń peryferyjnych i lokalnych sieci komputerowych
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji	13445

Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Nie
Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Nie

Program

HARMONOGRAM KURSU:

I DZIEŃ: Media społecznościowe: od podstawowych trendów i funkcjonalności po budowanie strategii.

II DZIEŃ: Skuteczny copywriting.

III DZIEŃ: Jak budować fanpage, komunikować się skutecznie i być w zgodzie z obowiązującymi przepisami.

IV DZIEŃ: Kreatywna promocja w mediach społecznościowych i Facebook ADS.

DZIEŃ I – 5 września 2024 r.

Media społecznościowe: od podstawowych trendów i funkcjonalności po budowanie strategii

Podczas I modułu wprowadzimy Cię w zagadnienie mediów społecznościowych. Poznasz ich otoczenie i możliwości wykorzystania przez sektor publiczny. Zapoznasz się również z najważniejszymi narzędziami social media i budową strategii.

1. Wprowadzenie w zagadnienie mediów społecznościowych:

- Omówienie najważniejszych raportów i trendów
- Analiza aktualnego wykorzystania social media przez sektor publiczny
- Wady i zalety komunikacji w mediach społecznościowych
- Podstawy dla działań administracji publicznej w świecie cyfrowym
- Przegląd najważniejszych mediów społecznościowych (Facebook, Instagram, X – dawniej Twitter, YouTube, TikTok, LinkedIn) i ich roli w komunikacji.

2. Zapoznanie z najważniejszymi narzędziami komunikacji social media:

- Facebook:
 - przedstawienie i analiza dostępnych narzędzi: fanpage, grupy, reels i relacje, wydarzenia itd.,
 - formaty i typy postów,
 - fakty i mity na temat publikacji postów,
 - algorytm serwisu,
 - omówienie wybranych profili uczestników kursu.
- Instagram:
 - analiza dostępnych narzędzi: post, rolka, relacja, wyróżniona relacja, transmisja na żywo, katalog,
 - algorytm: szanse i wyzwania,
 - zagadnienie hashtagów,
 - najważniejsze trendy wspierające komunikację,
 - omówienie wybranych profili uczestników kursu,
 - praca warsztatowa: rola i stories (konceptcje).
- YouTube:
 - podstawowe informacje na temat funkcji serwisu,
 - sposoby wykorzystania YouTube przez administrację publiczną,
 - wybrane narzędzia wspierające realizację i publikację treści.
- LinkedIn:
 - rodzaje kont w serwisie,
 - możliwości serwisu dla sektora publicznego,
 - zalety prowadzenia profilu,
 - zagadnienie employer branding.
- X – dawniej Twitter:
 - funkcje serwisu,
 - wykorzystanie X w komunikacji (na podstawie przykładów).

- TikTok:
- najważniejsze funkcje serwisu,
- znaczenie trendów w prowadzeniu profilu,
- miejsce dla urzędu na TikToku,
- wyzwania i zagrożenia związane z obecnością sektora publicznego na TikToku,
- możliwości wykorzystania - dobre przykłady.

3. Strategia social media dla sektora publicznego:

- Definicja strategii i jej znaczenie dla działań w social media.
- Tworzenie planu obecności w mediach społecznościowych krok po kroku.
- Rola strategii regionalnych w działaniach w mediach społecznościowych.
- Mierzenie efektów prowadzonych działań.
- Wykorzystanie Real Time Marketingu i Influencer Marketingu.
- Podstawy content marketingu i jego rola w prowadzeniu profili w social media.

4. Warsztat praktyczny – media społecznościowe w komunikacji kryzysowej.

DZIEŃ II – 6 września 2024 r.

Skuteczny copywriting

W tym module dowiesz się, jak przyciągnąć uwagę odbiorców za pomocą tekstu, poznasz skuteczne formuły copywriterskie i zweryfikujesz, czy tworzone przez Ciebie komunikaty są czytelne.

1. Wstęp do copywritingu:

- Jak dzisiaj ludzie „konsumują” treści?
- Dlaczego konkurujemy dosłownie ze wszystkim, czyli jak przykuć uwagę odbiorcy?
- Czego szuka czytelnik?
- Kim jest nasz odbiorca?

2. Jak pisać?:

- Odwrócona piramida.
- Zasada 5W.
- Reguła KISS.
- Komunikacja H2H.

3. Wygląd ma znaczenie:

- Estetyka.
- Fonty i kroje.
- Światło.
- Kontrast.
- Akapit.
- Śródtytuły.
- Listy.
- Grafika
- Formatowanie tekstu w social mediach

4. Jak tworzyć przykuwające uwagę tytuły i nagłówki?:

- Analiza wybranych tekstów.
- Skuteczne formuły copywriterskie.
- Narzędzia zewnętrzne oraz AI: oparte na sztucznej inteligencji), ułatwiające pracę z tekstem i diagnozujące poziom jego zrozumiałości.

5. Jak w praktyce wykorzystać język korzyści?:

- Laddering – metoda odkrywania korzyści.
- Cecha – zaleta – korzyść.
- Odrobina perswazji.
- Wezwanie do działania.

6. Jak tworzyć teksty, które będą łatwe do wyszukania w Google?:

- Jak działa Google?
- Jak optymalizować teksty pod wyszukiwarkę Google?

7. Narzędzia copywritera.

8. Warsztat praktyczny.

9. Praktyczne wskazówki i podsumowanie.

DZIEŃ III – 10 września 2024 r.

Jak budować fanpage, komunikować się skutecznie i być w zgodzie z obowiązującymi przepisami

W trakcie tego modułu dowiesz się, jak zbudować angażujący profil. Poznasz również otoczenie prawne, a także nauczysz się wykorzystywać social media w komunikacji z interesariuszami.

1. Budowa efektywnego fanpage'a:

- Przepis na dobry profil.
- Jak zwiększać zasięgi i pozyskiwać nowych obserwujących.
- Zasięg organiczny i płatny.

- Narzędzia pomocne w prowadzeniu komunikacji w social media.

2. Otoczenie prawne a obecność sektora publicznego w mediach społecznościowych:

- Jakie ustawy powinien znać administrator fanpage w sektorze publicznym.
- Co prawo mówi na temat blokowania użytkowników.
- Podstawy RODO w mediach społecznościowych.
- Prawo a publikacje w social media - memy, zdjęcia, teksty itd.
- Dlaczego Biuletyn Informacji Publicznej jest ważniejszy niż fanpage.
- Przegląd i analiza najważniejszych aspektów poszczególnych regulaminów mediów społecznościowych.
- Jak stworzyć Zarządzenie dotyczące polityki mediów społecznościowych

3. Wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji z interesariuszami:

- Komunikacja administracji publicznej i jej specyfika.
- Jak wybrać odpowiednie platformy dla jednostki.
- Jak zbudować odpowiedni styl komunikacji.
- Wykorzystanie technik angażujących społeczność: konkursy, quizy, pytania itd.
- Reagowanie na komentarze, pytania i opinie.
- Rozwiązywanie konfliktów i zarządzanie sytuacjami kryzysowymi na mediach społecznościowych.
- Etyka i zasady dotyczące korzystania z mediów społecznościowych w kontekście komunikacji z interesariuszami.

4. Warsztat praktyczny.

DZIEŃ IV – 11 września 2024 r.

Kreatywna promocja w mediach społecznościowych i Facebook ADS

W tym module poznasz metody, jak generować większe zasięgi wpisów organicznych, nauczysz się tworzyć ilustracje graficzne i proste animacje do swoich wpisów oraz dowiesz się, jak stworzyć i rozliczyć płatną kampanię reklamową na Facebooku.

1. Tworzenie treści:

- Tworzenie treści na potrzeby social mediów.
- Techniki wykorzystania treści na wiele różnych sposobów.
- Popularne formaty: tekst, video, grafiki.
- Warsztat praktyczny w aplikacji Canva – tworzenie graficznych ilustracji do wpisów.
- Mierzenie i analiza działań.

2. Działania organiczne vs reklamowe:

- Jak docierać do potencjalnych odbiorców?
- Jak planować publikację wpisów?
- Profile firmowe i ich administrowanie.
- Zasięg organiczny w social media.

3. Wprowadzenie do Facebook Ads:

- Ekosystem reklamowy Facebooka.
- Facebook Ads czy inne systemy reklamowe?
- Czy zasięgi organiczne nie wystarczą?

4. Wstęp do reklamy na Facebooku:

- Benchmarking działań reklamowych, narzędzia do sprawdzania konkurencji.
- Narzędzie do tworzenia materiałów promocyjnych.
- Specyfikacja techniczna reklam.
- Formaty reklamowe.
- Tworzenie reklamy krok po kroku.

5. Panel reklamowy na Facebooku:

- Struktura Facebook Ads.
- Bezpieczeństwo konta reklamowego.
- Jak wygląda Menedżer Firmy.
- Konto reklamowe i narzędzia Facebooka.

6. Praca warsztatowa.

7. Praktyczne wskazówki i podsumowanie.

8. Test podsumowujący zajęcia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 4

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 Promocja instytucji w sieci. Kurs specjalisty ds. mediów społecznościowych - edycja V	-	05-09-2024	10:00	14:30	04:30
2 z 4 Promocja instytucji w sieci. Kurs specjalisty ds. mediów społecznościowych - edycja V	-	06-09-2024	10:00	14:30	04:30
3 z 4 Promocja instytucji w sieci. Kurs specjalisty ds. mediów społecznościowych - edycja V	-	10-09-2024	10:00	14:30	04:30
4 z 4 Promocja instytucji w sieci. Kurs specjalisty ds. mediów społecznościowych - edycja V	-	11-09-2024	10:00	14:30	04:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 198,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 198,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	66,56 PLN
Koszt osobogodziny netto	66,56 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN

W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
--	----------

W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN
---	----------

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w formie elektronicznej

Warunki techniczne

<https://frdl.mazowsze.pl/tematy/kultura-sport-ngo-promocja/promocja-2/83638>

Kontakt



Elżbieta Roman

E-mail elzbieta.roman@frdl.org.pl

Telefon (+48) 732 983 894